



Raphaël de Perlinghi, Directeur général  
Division Grand Public de LENOVO France

Smartphone, tablette, notebook,  
les frontières sont en train de disparaître

*Entretien des sols, les aspirations du consommateur*  
*Eco-Systèmes, vers une filière encore plus exigeante*  
*Le rangement, une opportunité pour les cuisinistes*



# Éditorial

par Monique Caralli-Lefèvre

neo Domo, revue mensuelle, est éditée par Les Éditions de Péramos Elysée Center Centre d'Affaires Paris 8 11 Av Myron Herrick 75008 Paris SIRET : 753.192.699.00019

Directrice de la publication Monique Lefèvre Rédactrice en Chef : Monique Caralli-Lefèvre

CONTRIBUTIONS : Pierre Lagrange, Eliane de Dorlodot et Geneviève Beauvarlet

Photo couverture : Emmanuel Robert Espalieu

Direction artistique : CVReal

Publicité : au journal 06 07 17 22 23 neo-domo@neo-domo.fr www.neo-domo.fr

Imprimerie FRAZIER : 36, rue Chabrol 75010 PARIS

Abonnement : 150 € Prix au numéro : 20 € CPPAP: 0115T91629



Ce dernier numéro de 2014 termine l'année sur une note sinon optimiste (les seules hausses auxquelles nous assistons sont celles du chômage et de la dette !) mais tout au moins positive car c'est un hymne à la valeur travail, à l'entrepreneuriat et à l'entreprise, tous trois créateurs de richesses et d'emplois. À cet égard, la remise des insignes de la Légion d'Honneur à Gérard Salommez par le Président du Medef est hautement symbolique. Et aux nostalgiques qui regrettent le temps où la Légion d'Honneur récompensait des services militaires on rétorquera que nous vivons actuellement une guerre économique et que ceux qui vouent leur vie à une entreprise avec abnégation, courage et souvent passion pour faire triompher l'industrie française sont des héros qu'il convient d'honorer. Valeureux également celui qui abandonne le confort d'un poste commercial stable pour se lancer avec succès dans l'aventure du commerce de proximité en PEM et Arts de la Table en centre ville alors que ce format ne cesse de perdre des parts de marché, valeureuse aussi cette PME familiale normande qui porte haut les couleurs du « made in France » dans le rangement en privilégiant l'innovation et la montée en gamme. Et comme la mondialisation n'est pas un gros mot mais une réalité économique qu'il faut prendre en compte, saluons également ce groupe chinois aussi connu pour sa culture d'entreprise basée sur la diversité culturelle et son management qui laisse une grande autonomie à ses filiales régionales que pour son leadership mondial en PC et ses ambitions. Oui, ce dernier numéro se veut délibérément positif car en dépit des blocages et des postures dogmatiques qui paralysent la France, il y a et il y aura toujours des initiatives individuelles et collectives pour faire avancer les choses.

# n° 18 Sommaire

## En bref

P.4

ARNAUD ASSOUMANI DEVIENT L'AMBASSADEUR DE BOULANGER



## UN NOUVEAU CFA DUCRETET EN RHÔNE-ALPES



Où vous voulez, quand vous voulez, retrouvez neo Domo sur internet :

[www.neo-domo.fr](http://www.neo-domo.fr)



2



## En couverture P.8

Raphaël de Perlinghi, Directeur général Division Grand Public de LENOVO France

## HOMMAGE

P. 11

Gérard Salommez  
fait Chevalier dans l'Ordre  
de la Légion d'Honneur



## ENQUÊTE

P. 12

Les Séniors  
et les nouvelles  
technologies

## Distribution

P. 14

Cuisine Plaisir à Marseille,  
une success story



## CONCEPT

P. 15

Electrolux,  
les concepts  
de demain

## ENVIRONNEMENT



P. 16

Eco-Systèmes,  
vers une filière  
encore plus  
exigeante

## Industrie

P. 18

le rangement,  
une opportunité  
pour les cuisinistes



# Dossier

## PEM

P. 20 - **ENTRETIEN DES SOLS,**  
les aspirations des consommateurs



## Brun

P. 24 - Evolution  
du marché du  
**SMARTPHONE**



**DARTY**

**Albin JACQUEMONT**,  
directeur financier  
de **DARTY PLC**

Attendu chez Darty au début de l'année 2015, Albin Jacquemont a commencé sa carrière chez Arthur Andersen. Il a ensuite occupé différentes fonctions au sein de la direction financière de La Lyonnaise des Eaux. Entré chez Carrefour en 1998, il a occupé plusieurs fonctions avant d'être nommé directeur financier de Carrefour France depuis 2011.

**Cécile HELME-GUIZON**  
nommée à la  
Direction Générale de  
**Mistergooddeal**



Diplômée de l'EM Lyon, Cécile Helme-Guizon a commencé sa carrière chez PriceWaterhouseCoopers avant de rejoindre Kingfisher plc comme directrice des Fusions Acquisitions. Elle a rejoint Darty en 2001 en tant que Directrice du Développement International, puis Directrice Générale des Activités

Abonnements et Services et enfin Directrice de la Stratégie de Darty plc, fonction qu'elle conserve.

**ADREXO**

**Matthias BAULANT**, nommé  
Directeur général d'**Adrexo**

Agé de 42 ans, diplômé de Sciences-Po Aix-en-Provence, Matthias Bauland a débuté sa carrière en 1995 dans les Ressources Humaines chez ADECCO. Il entre ensuite dans le Cabinet de chasse de têtes Alexandre TIC comme Directeur Général. En 2010, il crée et dirige le cabinet Experts, 3ème réseau français spécialisé dans le recrutement avec ses 35 agences et ses 200 consultants. En 2013, il entre comme DGA chez ADREXO, premier opérateur privé français de diffusion d'imprimés publicitaires, filiale du groupe spir communication. Il vient d'être nommé Directeur Général. L'imprimé Publicitaire reste un media plébiscité par les consommateurs avec 77,5% de lecteurs chaque semaine (source Balmétrie).



**GINETEX**

**Thomas RASCH**, nommé  
Président du **GINETEX**

(Groupement International d'Etiquetage pour l'Entretien des Textiles)

Directeur Général de The German Fashion Industry Association depuis 10 ans, Thomas Rasch collabore avec ce multiples associations allemandes actives dans le domaine de l'industrie textile. Il exerce, depuis le 1<sup>er</sup> novembre 2014 la fonction de Président du GINETEX et ce pour une durée de deux ans.

**COULIDOOR**

**Frantz DELORGE**,  
Directeur de la marque **AD**

Agé de 45 ans, Frantz Delorge a une solide connaissance du marché dans le secteur de l'aménagement sur-mesure puisque après avoir passé deux ans chez Archée, il a travaillé 18 ans chez Agem dont six à la direction des ventes. Il vient d'intégrer Coulidoor, en charge du développement de la marque AD Ambiance Dressing pour en faire l'un des leviers de la dynamique commerciale de Coulidoor dans les prochaines années.



**NEO Domo** connectée, écologique, intelligente

**Abonnement**

Prix unitaire : 20 €  
1 an (10 numéros) : 150 €

N° CCAP : 0115 T 91629

Nom : .....

Prénom : .....

Société : .....

Adresse : .....

Ville : .....

Code postal : .....

Téléphone : .....

Courriel : .....

À retourner à :

**Les Éditions de Peramos**  
Tél : 06 07 17 22 23 — 06 86 68 40 19  
Elysées Center – Centre d'Affaires Paris 8  
11 avenue Myron Herrick – 75008 Paris

**FORMATION**

Un nouveau **CFA DCURETET**  
Rhône-Alpes a ouvert  
à Vénissieux



Implanté dans les nouveaux locaux du lycée Jacques BREL qui a ouvert ses portes en septembre 2014, le CFA dispose d'espaces de formation parfaitement adaptés aux besoins des entreprises. Financés par le conseil Régional Rhône alpes, la construction du lycée et du CFA ont été achevés durant l'été afin d'assurer la rentrée de la promotion 2014-2015. Le pragmatisme et l'efficacité ont guidé les choix des solutions pédagogiques de Jean-Pierre Gaubert, Directeur de ce CFA. Outre les magasins et les ateliers pédagogiques qui permettent de former des vendeurs et des techniciens spécialisés, des plateaux techniques THD (Très Haut Débit) extérieurs et intérieurs permettront de former des monteurs-câbleurs, des raccordeurs et des techniciens en réseaux de communication FTTH d'une part mais aussi des conseillers services et des installateurs de produits et de systèmes chez l'abonné (réseau domestique, télésurveillance, domotique, home cinéma, multiroom...). Ces nouvelles installations devraient permettre de former jusqu'à 200 apprentis par an en préservant les valeurs éthiques et la qualité de la formation qui caractérise le Réseau DUCRETET depuis toujours et dont le taux d'insertion professionnelle, proche de 90% reste le principal indicateur de performance.

## L'ACAM a fêté ses 60 ans !



L'Association des Chroniqueurs des Arts Ménagers vient de fêter ses 60 ans en même temps que la société ASTORIA qui était d'ailleurs le partenaire privilégié de cette manifestation à travers une loterie qui a permis à deux journalistes de gagner une centrale vapeur Astoria et à tout le monde de déguster un délicieux risotto effectué dans le Cuiseur Virtuo.

Depuis 60 ans, l'ACAM a su s'adapter aux profondes mutations qui ont touché le secteur de l'électroménager avec tout d'abord la suppression du Salon des Arts Ménagers, la disparition de marques parfois emblématiques, l'arrivée de nouveaux acteurs, des évolutions technologiques importantes et l'arrivée d'internet qui a révolutionné la distribution, l'information et les relations Presse.

La force de l'ACAM c'est qu'au-delà d'être une association corporatiste, c'est une association ouverte sur la filière qui a toujours entretenu des relations de proximité avec les fabricants mais aussi avec les attachées de presse dont le métier s'est sérieusement compliqué avec la réduction générale des budgets.

L'ACAM n'est pas seulement un réseau, c'est une ouverture sur le monde et l'innovation, c'est une convivialité intergénérationnelle due à des liens tissés depuis des années, c'est, comme dans toute association, la générosité de bénévoles qui assurent l'animation avec passion. À l'issue de cet anniversaire que soient particulièrement remerciés, Isabelle Coune, la Présidente, David Mangin, le Vice-président, Eliane, Marianne, Sophie, Olivier, Manuela et tous les autres !...

## Le vaisseau Amiral de NESPRESSO sublimé !

Le 119 Champs-Élysées, boutique emblématique Nespresso déjà bien connue de tous les membres du club et des passionnés de café fait peau neuve. L'architecture intérieure signée Aldo Parisotto et Massimo Formenton, associe design et élégance. L'aménagement de la Boutique privilégie le choix, l'accessibilité et une approche sur mesure pour que chaque visiteur soit assuré de se procurer au grès de ses envies des grands Crus, des machines ou encore des accessoires de dégustation. Un Espace Service Libre au décor bayadère permet aux membres du Club les plus familiers de se servir et de se diriger vers un point d'encaissement. Espace Recyclage, Boutique Pick-Up, Espace Dégustation, Espace Rendez-vous Expert pour s'initier à l'art de la dégustation d'un Espresso parfait à la manière d'un grand vin, Nespresso Bar (avec terrasse l'été) le 119 Champs Élysées incarne une nouvelle génération de boutique ultramoderne et ultrachic !

### MULTIMEDIA

#### La France est le pays du « Wi-Fi »

Alors qu'il y aura d'ici la fin de l'année 47,7 millions de bornes Wi-Fi publiques dans le monde (Maravedis Rethink), la France est déjà de pays du Wi-Fi avec le plus de bornes suivie par les Etats Unis et le Royaume-Uni, un leadership qui ne durera pas puisqu'en 2018, les Etats-Unis seront premiers, suivis par la Chine et la France. De la même façon, en 2018, l'Asie aura détrôné l'Europe aujourd'hui « continent du Wi-Fi » avec 50% du parc Wi-Fi mondial. Toujours en 2018, 60% des avions auront une connexion Wi-Fi contre seulement 16% aujourd'hui.

## BUT CITY WAGRAM, une nouvelle expérience client

Le n°1 du meuble et de l'électroménager en France veut offrir aux clients de nouvelles expériences. Avec le concours de l'Agence Volcan, le magasin But City Wagram a totalement été rénové : aménagement d'une nouvelle entrée sur l'avenue de Wagram, renforcement d'une offre toujours plus axée sur les tendances, création de vrais espaces dédiés et parcours intuitif basé sur la séduction. Côté Cuisine : neuf modèles sont exposés privilégiant les ambiances design et nature, l'électroménager s'octroie une grande part avec des produits petits formats adaptés aux espaces urbains. Côté Luminaire, une boutique attractive présente un large choix de suspensions, de lampadaires et de lampes à poser. Le magasin propose également deux appartements « témoins » de trois pièces avec des mises en scènes dans lesquelles les clients peuvent se projeter. L'Espace Nuit s'organise en pôles autour de marques de literie, même démarche pour les canapés qui sont le fer de lance de la marque. Des bornes interactives et des vendeurs équipés de tablettes permettent aux clients d'accéder à l'ensemble des offres de l'enseigne.

## Arnaud Assoumani devient l'ambassadeur de **BOULANGER**



C'est une belle histoire que la rencontre d'Arnaud Assoumani, athlète passionné de technologie, médaille d'argent au saut en longueur et triple saut aux Jeux Paralympiques de Londres 2012 et Boulanger qui a décidé de développer le plan « Bien-être et Vitalité au Travail » qui favorise la prise en compte du handicap dans l'entreprise mais surtout qui vise à promouvoir la fierté d'appartenance, l'engagement et le bien-être au travail de tous.

## De' **LONGHI**, Campagne de fin d'année énergique !

Presse, télé, digital, la nouvelle campagne de communication nationale de De'Longhi, leader en France sur le marché des espressos avec broyeur, n'est pas passée inaperçue !

#12 semaines de communication sur BFM TV, 10 spots par jour du lundi au vendredi et deux types de tag : un de 5 secondes et un de 10 secondes filmés selon le moment de la journée !

#un plan presse puissant et soutenu dans les numéros « Spécial Noël » de la presse quotidienne, les News et les titres économiques.

#Et enfin un plan WEB sur 4 axes : avec une sélection de sites référents pour les inconditionnels du café, des sites e-commerce puissants pour maximiser la visibilité sur une cible réceptive, Préröll de 10 secondes sur Canal+ et BFMTV avec la mise en avant de la nouvelle machine expresso Autentica et des bannières impactantes.



## **DARTY** met les bouchées doubles !



Les 26, 27, 28 et 29èmes magasins franchisés Darty ont ouvert en novembre à Bain de Bretagne en Ille-et-Vilaine, à Gisors dans l'Eure, à Boofzheim dans le Bas-Rhin et à Saint Gaudens en Haute-Garonne.

Mais l'évènement le plus spectaculaire de novembre pour Darty fut probablement l'ouverture du nouveau magasin connecté Darty à La Madeleine après rénovation sans fermeture ! Quand on sait que les trois règles d'or du commerce sont : l'emplacement, l'emplacement et l'emplacement, il fallait un certain culot aux dirigeants de l'époque pour ouvrir en 1975 un magasin dans un parking sous l'Eglise de La Madeleine sans aucune visibilité ! Heureusement qu'une autre règle du commerce est « No parking, no business », là, ils avaient tout bon. Toujours est-il que le magasin de La Madeleine était déjà l'un des plus gros magasins de Paris. Rénové, doté



Mac Elly Deslances, Directeur du magasin Darty Madeleine et François Gazuit, Directeur général Darty IDF.

d'un plafond technique qui fait gagner 60 cm en hauteur, d'un nouvel éclairage et de toutes les innovations des magasins Darty de nouvelle génération, il s'annonce prêt pour être l'un des plus gros magasins de France. Bravo.

## Les hommes plus généreux que les femmes ?

Selon une enquête réalisée par Cadeaux.com, 65% des hommes prévoient de dépenser entre 100 et 300 euros pour le cadeau de Noël de leur compagne alors que 65% des femmes envisagent de dépenser moins de 100 euros pour leur amoureux ! Alors les femmes sont-elles radines ? N'est-ce pas plutôt qu'elles ont souvent un pouvoir d'achat plus faible et qu'en plus elles doivent jongler avec un budget restreint pour tous les cadeaux de la famille !



## PROMOTIONS

### **PANASONIC** lance une ODR sur LUMIX

Depuis le 1<sup>er</sup> novembre et jusqu'au 15 janvier 2015 Panasonic rembourse 100 euros pour tout achat d'un Lumix GM5 ou Lumix GM1. Dernier né des LUMIX G, le GM5 est le plus petit appareil photo hybride doté d'un viseur ! Il est équipé d'un capteur 4/3 de 16Mpx qui délivre des images extrêmement détaillées même dans des conditions de faible luminosité.

Le Lumix GM1, lui, est un appareil haut de gamme à objectifs interchangeables qui révolutionne le marché par ses performances, son style rétro et sa compacité.

# Assurez votre réussite en vous offrant la solution multicanal :

# PRO&Cie



- **PRO&Cie, la première « chaîne volontaire »** de France : 1 000 adhérents fédérés en une force d'action puissante par le GROUPE PRO.
- **Plus de 1200 magasins en France**  
Un réseau de 240 000 m<sup>2</sup> d'espace vente sur la France. 24 millions d'euros de stock moyen permanent.
- **Des conditions d'achat attractives :**  
7 000 références parmi les plus grandes marques de GEM, PEM, multimédia, culinaire, alarme et cuisine intégrée.
- **Une logistique ultra-performante et exclusive :**  
15 plates-formes représentant 54 000 m<sup>2</sup> de stockage.

#### Une notoriété nationale :

- Une présence en TV toute l'année,
- 10 campagnes dépliantes,
- Envois réguliers de Newsletters,
- Des campagnes Google Adwords nationales et régionales,...

#### Une aide à la vente permanente :

- Un concept d'intérieur résolument digital.
- La table collaborative : un catalogue virtuel de plus de 7 000 références dans votre point de vente,
- Unique : un intranet doublé d'un forum d'échange,
- Un site internet administrable, par chaque adhérent, orienté web-to-store : seules les réservations en ligne sont possibles, les ventes se concluent chez vous !
- L'affichage dynamique : vos informations et vos promotions personnalisées en diffusion vidéo dans votre magasin,
- Traceur grand format pour réaliser vos PLV à distance,
- Le Contrat Privilège : une offre commerciale originale, un concept unique sur le marché.



**VOTRE ATOUT LIBERTÉ**  
Une totale indépendance  
juridique et financière



**REJOIGNEZ-NOUS !**

**CENTRALE PRO**

BP 20059

57 102 Thionville cedex

Tél : 03 82 59 15 20

**WWW.PROCIE.COM**

IMAGE • SON • MULTIMEDIA • TELEPHONIE • ELECTROMENAGER

**PRO&Cie**  
le Réflexe *Gentillesse*

Raphaël de Perlinghi fait partie de cette génération de jeunes managers brillants (il a 38 ans) qui mènent leur carrière tambour battant avec un enthousiasme qui fait plaisir par ces temps de morosité. Ce natif de Saint-Tropez a fait ses études de Droit en Belgique et c'est sur le campus universitaire où il bénéficie d'une des premières connexions internet qu'il contracte le virus de l'informatique !

A la fin des années 90, il commence sa carrière professionnelle chez Systemat, un intégrateur belge avant de rejoindre Packard Bell pour s'occuper des PC privés. Deux ans plus tard il est en charge des ordinateurs portables pour l'Europe, puis du développement international Russie et zones émergentes. Il passe sa vie dans les avions : « Varsovie était le

vol le plus court » se souvient-il en riant. Lorsque Acer rachète Packard Bell il prend la direction de Packard Bell en France et acquiert l'expérience du marché français.

Aussi, quand en 2012, l'opportunité de créer la division Grand Public de Lenovo en France se présente, il relève le défi avec enthousiasme. En cinq trimestres, il a multiplié par cinq la part de marché de Lenovo en grand public pour atteindre 15,8%.

Engagé, passionné, c'est un meneur d'hommes qui raisonne collectif. Doté d'une grosse capacité de travail, il se défoule dans le sport et la cuisine. Le week-end c'est lui qui officie aux fourneaux pour la famille. Ses plats préférés sont les pâtes et le risotto aux fruits de mer, réminiscence sans doute de ses ancêtres italiens ! Ouvert, équilibré, tolérant il apprécie l'humilité qui à ses yeux est une qualité qui n'est pas suffisamment valorisée mais il ne supporte ni l'arrogance, ni la mauvaise foi.



Raphaël de Perlinghi,  
Directeur général  
Division Grand Public  
de LENOVO France



# Smartphone, tablette, notebook, les frontières sont en train de disparaître

Par Monique Caralli - Lefèvre

## Neo Domo : LENOVO fait partie de la légende de ces entreprises nées dans un garage.

### Quel est l'historique du groupe ?

**RdeP** : Oui, c'est d'autant plus amusant que l'entreprise s'appelait LEGEND lorsqu'elle a été créée en 1984. L'histoire de Lenovo est étroitement liée à la division « Personal Computer » d'IBM créée en 1981. C'est en 1988 que LEGEND a enregistré son premier gros succès en créant une carte électronique qui permettait de traduire le chinois en langage informatique. LEGEND est devenu LENOVO au moment du rachat de la division « Personal Computer » d'IBM en 2005 mais l'histoire du groupe se poursuit bien appuyé sur ses deux jambes avec par exemple deux sièges sociaux, l'un à Pékin et l'autre à Morris ville et Raleigh en Caroline du Nord. L'outil de production est en Chine mais le marketing est plutôt basé aux Etats-Unis.

## Neo Domo : Comment devient-on le 1<sup>er</sup> fabricant mondial de PC en trente ans ?

**RdeP** : En mixant croissance organique et croissance externe. Le Groupe a toujours eu une stratégie très claire : on protège les acquis, ceux de LEGEND, plus gros fabricant d'ordinateurs en

Chine et ceux d'IBM et on sélectionne des pays à forte croissance (Russie, Brésil, Allemagne...) pour se développer, souvent en rachetant le leader local. C'est ainsi que LENOVO a racheté CCE au Brésil qui était le leader informatique ou Medion en Allemagne. Aujourd'hui LENOVO vient de racheter MOTOROLA car le groupe a de fortes ambitions en téléphonie. MOTOROLA nous apporte la relation avec les opérateurs et une expertise technique car les ingénieurs de Motorola ont beaucoup travaillé avec Google.

## Neo Domo : Quels sont les clés de votre succès ?

**RdeP** : L'innovation. Pour être numéro 1, il faut apporter de l'innovation. Or, depuis 20 ans, l'ordinateur portable avait peu évolué même si il est plus léger et plus fin. Mais le YOGA lancé par LENOVO il y a plus de deux ans apporte une vraie innovation car il peut être utilisé dans toutes les positions, même avec 30 cm de recul. Avec 18H d'autonomie, c'est un vrai produit nomade. Depuis tous les concurrents se sont lancés mais LENOVO a deux ans et demi d'avance. Notre table de divertissement numérique est également unique sur le marché, même si ce n'est pas à proprement parler un produit mass market.

Une autre clé du succès est la maîtrise de l'outil industriel. La très grosse majorité de nos produits sont fabriqués dans nos usines, ce qui nous

permet d'être plus compétitifs, de conserver la confidentialité et de contrôler la qualité. Enfin parallèlement aux marchés grand public très volatiles et plutôt déflationnistes, LENOVO s'appuie sur une Division Professionnelle puissante et très stable en termes de marché avec un prix de vente moyen plus élevé qu'en grand public.

## Neo Domo : LENOVO est une entreprise étonnante. Son PDG figure depuis deux ans parmi les 30 meilleurs PDG du monde, il a été élu l'Homme d'affaires asiatique 2014 et l'on fait souvent référence à votre culture d'entreprise. Quels sont les points forts de cette culture d'entreprise ?

**RdeP** : Ce qui caractérise notre PDG, Mr Yang Yu-anqing, c'est sa vision de l'avenir et une stratégie claire et maîtrisée de croissance et d'acquisitions. Notre culture d'entreprise se caractérise, elle, par une grande diversité culturelle. Sur les neuf membres du Comité de Direction Mondial, il y a 7 nationalités, c'est une vraie richesse et c'est ce qui nous différencie de bien des entreprises asiatiques. Par ailleurs, les entités locales bénéficient d'une réelle autonomie. Bien sûr il y a des process mais les décisions sont laissées au niveau local, ce qui est également assez atypique. Autre point fort de notre culture d'entreprise : l'engagement. L'engagement individuel bien sûr ...

- mais également le respect des engagements que nous prenons vis-à-vis de nos partenaires et de nos clients finaux.

## **Neo Domo : Quelle est la place de LENOVO sur ses différents marchés ?**

**RdeP :** LENOVO est leader en Chine avec plus de 30% de part de marché, mais également dans un certain nombre de pays stratégiques. Au niveau mondial LENOVO détient 20% de part de marché en ordinateurs.

Dans la zone EMEA, jusqu'à présent, c'était le PRO qui tirait le marché mais au dernier trimestre pour la première fois, le Grand Public est passé devant le PRO et ce n'est pas encore le cas en France, mais presque ! LENOVO détient 16,2% de part de marché en PRO et 15,8% en Grand Public, nous sommes le 4<sup>ème</sup> acteur à ½ point du troisième !

## **Neo Domo : Comment se situe la filiale française en Europe ?**

**RdeP :** Le premier marché est la Russie, le second l'Allemagne et nous sommes au coude à coude avec l'Angleterre avec la ferme intention de prendre l'avantage ! En France, LENOVO est le 2<sup>ème</sup> acteur au total et le 4<sup>ème</sup> en grand public mais nous voulons nous installer durablement sur le Podium.

## **Neo Domo : comme beaucoup de marques chinoises ne souffrez-vous pas d'un déficit de notoriété ?**

**RdeP :** c'était vrai la première année mais nous avons fait de gros progrès depuis ! La première année, l'objectif était la formation de la distribution, puis nous avons participé aux salons d'enseignes, nous sommes passés sur les catalogues, nous avons fait des campagnes en co-partenariat puis nous sommes passés à une communication plus institutionnelle avec un ambassadeur Ashton Kutcher en affichage, le sponsoring d'un programme court sur M6 « Fallait le faire » et maintenant nous sommes à fond dans une communication interactive avec les réseaux sociaux. On s'engage, nous les collaborateurs, on engage des vendeurs de magasins et on engage nos fans car les clients satisfaits deviennent les meilleurs ambassadeurs de la marque. Même Ashton Kutcher n'est pas un ambassadeur potiche, il est réellement engagé !

## **Neo Domo : Votre leadership en PC ne risque-t-il pas d'être mis à mal par l'extraordinaire développement des Smartphones et des tablettes ?**

**RdeP :** Non, car le PC fait partie de l'ADN de LENOVO et il n'y a aucune raison de rester à 20% de part de marché au niveau mondial, mais il va évoluer. Les frontières entre un smartphone de 6,8 ou 7", une tablette et un notebook sont en train de disparaître et la segmentation se fera en fonction des usages. Le PC n'avait pas évolué, il avait du mal à être tactile mais il a été bousculé par la tablette. Notre ultra-book convertible, le

YOGA 3 Pro (6,3mm d'épaisseur ouvert !) est ce qui se fait de mieux en termes de performance et de légèreté et ne ressemble pas aux premiers ordinateurs portables ! La catégorie PC va évoluer vers l'ultra-mobilité et la performance. Nous avons lancé un ordinateur « Gamer » avec des matériaux comme le carbone qui parlent à cette cible qui s'engage sur les réseaux sociaux. Les tablettes vont se positionner sur la mobilité et vont concurrencer les Smartphones, les lecteurs de DVD voiture... Les nouvelles tablettes sont 4G compatibles et on pourra même recharger son smartphone dessus ! La dernière née, équipée d'un vidéoprojecteur intégré se positionne même clairement sur le secteur du Brun. Ce sont des appareils de consommation de média alors que le PC est plus axé sur l'édition et la productivité.

## **Neo Domo : Quelle est votre politique de distribution ?**

**RdeP :** Nous sommes multi circuits. Les spécialistes sont prioritaires pour démontrer certaines technologies et nous développons des « Zones d'Expérience LENOVO » dans certaines enseignes pour mettre en valeur l'écosystème qui existe autour de nos produits. Mais nous travaillons également avec des GSA et le e-commerce. L'important est de mettre les bons produits dans les bons magasins ou sur les bons sites.

## **Neo Domo : Quels sont vos axes de croissance et vos objectifs ?**

**RdeP :** Au niveau du groupe, c'est clairement la téléphonie. Mais avec le rachat de la division « Serveurs » d'IBM, c'est la possibilité de pouvoir attaquer le marché des très grosses entreprises ou les marchés d'état en proposant des solutions complètes.

En ce qui concerne nos objectifs en France : nous sommes actuellement dans le peloton mais nous allons monter en gamme avec des produits différents. Nous avons encore une marge de croissance organique à réaliser car nous ne sommes pas assez présents chez certains grands distributeurs. Notre objectif est de monter sur le podium pour être n°1 en PC à moyen terme et... En Smartphones, plus tard !

## **LENOVO vient de racheter MOTOROLA. Quelles sont vos ambitions en téléphonie mobile ?**

Le marché de la téléphonie mobile est aujourd'hui dominé par deux leaders. En rachetant MOTOROLA nous devenons clairement le 3<sup>ème</sup> fabricant mondial. En effet LENOVO a lancé des Smartphones en 2012 sur une sélection de marchés en forte croissance : Chine bien sûr, Russie, Vietnam, Thaïlande, Moyen Orient... Ces produits n'avaient pas été commercialisés en France car l'achat de Motorola était déjà programmé. C'est la division Motorola Mobility que LENOVO a rachetée (Smartphones, relations avec les opérateurs, montres connectées...). Notre ambition est d'arriver sur le marché avec une offre complète pour bousculer l'ordre établi avec un objectif de leadership à terme.



## Gérard Salommez fait Chevalier dans l'Ordre de la Légion d'Honneur

Par Monique Caralli - Lefèvre

Le 12 novembre 2014, Gérard Salommez, Président du Groupe SEB France et Président du GIFAM a été décoré des insignes de Chevalier de la Légion d'Honneur par Pierre Gattaz, Président du MEDEF au siège de la FIEEC.

Ce genre de manifestation peut facilement être ennuyeuse et tourner à l'AASMR (Association d'autosatisfaction mutuelle réciproque) ! Rien de tel ce 12 novembre, l'ambiance était réellement amicale et joyeuse, une ambiance en partie due à la personnalité chaleureuse de Pierre Gattaz, à son humour, à son implication dans son discours et à un Gérard Salommez, très ému, entouré du Président du Groupe SEB, de sa famille, de ses collaborateurs, de l'équipe du GIFAM, et de tous ses amis professionnels, fabricants et distributeurs qui le côtoient depuis des années et qui avaient tenu à être présents pour cet événement.

Après avoir retracé une rapide biographie de Gérard Salommez : sa naissance à Bergues dans le Nord, une ville devenue célèbre grâce au film « Bienvenue chez les Ch'tis », ses études de géographie à l'Université de Lille, son entrée comme promoteur des ventes chez Calor au retour de son service Militaire, son ascension dans le groupe SEB puisque après avoir gravi tous les échelons, Gérard Salommez est Membre du comité de direction du Groupe SEB depuis 2010 et Président de SEB France, son engagement pour la profession comme administrateur d'Eco-systèmes dont il est l'un des piliers depuis 2006, Président de la commission Petit Electroménager du GIFAM depuis 2007, Président du GIFAM depuis 2011, Vice-Président de la FIEEC depuis juin 2013 et Président de la Commission Consommation du MEDEF depuis octobre 2013, Pierre Gattaz a rendu un vibrant et chaleureux hommage au travail, à la fidélité (39 ans dans la même entreprise) et au sens de l'intérêt commun de Gérard Salommez. « Gérard est une belle personne, symbole de l'entreprise en France, comme on aimerait en rencontrer plus souvent » a conclu Pierre Gattaz en lui remettant les insignes de Chevalier de la Légion d'Honneur.

Une décoration que Gérard Salommez a reçue avec beaucoup de fierté mais également d'humilité. Pudique, Gérard Salommez qui a passé sa vie à cacher ses émotions, avait les larmes aux yeux en dédiant cette légion d'Honneur à son père décédé qui, lui, avait reçu la Médaille Militaire, à son épouse Dominique et à ses enfants car « Pour les gens de ma génération l'ascenseur social a été une réalité mais au prix d'un travail acharné et parfois au détriment de la vie de famille » a-t-il déclaré. Il a remercié le Groupe SEB de lui avoir permis d'accéder à de hautes responsabilités et de s'engager dans l'action socio-professionnelle avec toute la satisfaction qu'apporte le sentiment d'œuvrer pour le bien commun. Grand amateur de citations, Gérard Salommez a terminé par ces deux vers d'Antonio Machado : « Toi qui marche, il n'existe pas de chemin. Le chemin se fait en marchant. »

Le verre de l'Amitié qui pour une fois prenait tout son sens a réuni une assistance nombreuse. À cet instant, le monde de l'Electroménager formait une vraie famille.



# Les séniors et les nouvelles technologies

Par Monique Caralli - Lefèvre



En 2020, 20% de la population en Europe aura plus de 65 ans et plus de 6% aura plus de 80 ans, des chiffres qui posent le problème de la production de biens et de services dans une société vieillissante.

L'étude dévoile six profils : du sénior geek, appelé Pete pour les besoins de la cause à la personne la moins convaincue et la plus réfractaire aux nouvelles technologies appelée Ursa, en passant par quatre profils intermédiaires, Hari réellement passionné par les nouvelles technologies mais parfois handicapé par son âge (problèmes de vue ou d'audition), Bess qui a une expérience basique des nouvelles technologies et qui a besoin d'être rassurée, Fred, un senior actif plus sensible aux fonctions qu'à la technologie et Lena, une sénior active, sociable, exploratrice dans la vie, ouverte aux nouvelles technologies mais qu'il faut conseiller et accompagner.

fonctionnalité et la simplicité. Les anglais, eux, se démarquent en apparaissant comme les plus connectés avec Pete, le Geek qui représente 29% contre 20% au niveau européen.

La Suède a une répartition très homogène avec chaque profil qui représente entre 15 à 20% des séniors interrogés. En France, c'est Bess, avide d'informations mais à la recherche de sécurité qui domine avec 32% de représentativité contre 23% au niveau européen. Ce résultat corrobore d'ailleurs assez bien le résultat d'une autre étude dans laquelle le risque était synonyme de danger pour 70% des français, le plus haut score européen et d'opportunité pour seulement 30% d'entre eux.

## Passer du mobile au smartphone

En 2013, le taux d'équipement des mobiles en France était de 89%, le taux d'équipement des 60/69 ans était de 90% donc totalement en phase avec la moyenne nationale. Au dessus de 70 ans, le taux d'équipement tombait à 59% mais progresse de 5% par an. Par ailleurs trois retraités sur quatre étaient équipés d'un mobile en 2013 (plus cinq points en un an). Le taux d'équipement des smartphones était de 39% en 2013 (+10 points en un an), de 22% pour les 60/69 ans et seulement 5% pour les plus de 70 ans. D'une façon générale, les séniors ne se sentent pas à

**S**'il est évident que dans les 30 prochaines années, la part des séniors ne fera que progresser, pour Jacques Pelletan, Maître de Conférence à Paris 8 « cela ne modifiera pas de façon drastique la structure de consommation au niveau macro économique. Le niveau de consommation après 20 ans reste à peu près fixe au fil du temps et entre les âges. Tout au plus peut-on observer que la structure de consommation chute de 20% entre 60 et 70 ans et chute de nouveau de 20% après 70 ans. Par contre les besoins et les attentes varient en fonction de l'âge. » C'est pour connaître les attentes des

seniors en matière de fonctions et d'application pour la téléphonie mobile que Doro, leader sur le marché des mobiles pour séniors qui a vendu plus de 6 millions de mobiles pour séniors depuis 2008, vient de publier une grande étude européenne réalisée par Escal consulting sur les « Séniors et nouvelles technologies ». Cette enquête qualitative réalisée dans quatre pays : Allemagne, France, Royaume-Uni et Suède auprès de 1600 personnes de plus de 60 ans avait pour objectif d'identifier les comportements des séniors à l'égard des nouvelles technologies dans les différents pays européens et notamment de savoir si les séniors français étaient aussi connectés que leurs voisins européens.

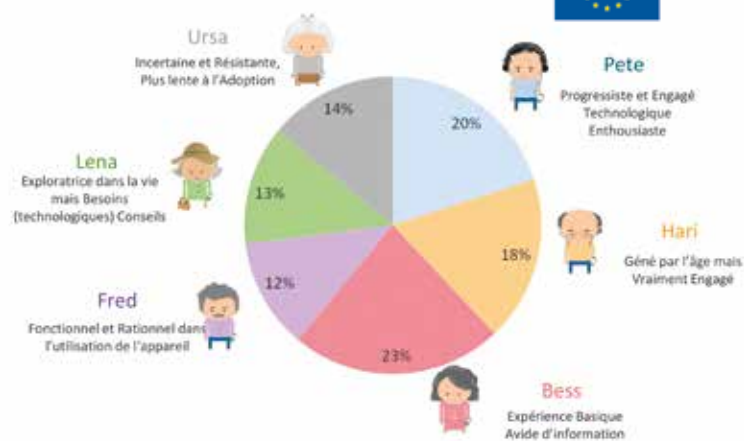
Premier constat, comme l'explique Caroline Noublanche, Vice Président Marketing & Portfolio Doro « Ce n'est pas l'âge qui est clivant mais le style de vie (plus ou moins actif), plus ou moins centré sur la famille et l'attrait vis-à-vis des nouvelles technologies ». Ceci dit, la répartition entre les profils est relativement homogène entre les différents pays avec Pete, le geek sénior qui représente 20% et Ursa la réfractaire qui représente 14%, Hari représente 18%, Bess 23%, fred 12% et Lena 13%. Les disparités par pays interviennent sur ces quatre dernières famille avec par exemple, Fred qui représente 22% en Allemagne contre 12% au niveau européen, Fred le rationnel a trois besoins : l'indépendance, la

## Représentation des 6 profils



Pete	Hari	Bess	Fred	Lena	Ursa
Progressive and Engaged Tech Enthusiast	Hindered by Age but Really Involved	Basic Experience and Security Seeker	Functional and Rationalised Experience from Device	Life Explorer but Needs (tech) Advice	Unsure and Resistant Slow Adopter
Progressiste et Engagé Enthousiaste pour Technologie	Géné par son Age mais Vraiment Engagé	Expérience Basique et Besoin de Sécurité	Fonctionnel et Rationnel avec l'utilisation de l'appareil	Exploratrice dans la Vie mais Besoins de Conseils (technologiques)	Incertaine et Résistante - Plus lente à l'Adoption

## Représentation de chacun des 6 profils



l'aise avec le smartphone : ils s'avouent dépassés par le large choix de modèles, par le langage technologique. Ils ne sont pas sûrs de ce qu'ils veulent et ne savent pas comment prendre leur décision. Néanmoins les facteurs de motivation sont nombreux : de l'influence familiale (enfants et petits-enfants !), de diaspora familiale (avec l'éparpillement des familles, la volonté de trouver des modes de communication autre que les appels téléphoniques expliquent le succès de Skype, Viber et WhatsApp), le cadeau techno qui pousse les personnes âgées à s'engager, la tranquillité d'esprit notamment lors de voyages à l'étranger, la retraite loisirs (les nouvelles technologies et les gadgets peuvent être un passe-temps de luxe pour certains retraités qui ont du temps et de l'argent), bref, de multiples motivations qui sont plus fortes que les freins.

### Le Doro Liberto 820, « le Smartphone qui vous comprend » !

C'est pour répondre à une véritable attente en matière de nouvelles technologies avec un accompagnement approprié, que Doro vient de lancer le Liberto 820, un smartphone pour senior mais pas que ! En effet, le Liberto 820 est avant tout un très bon smartphone, fin avec un design unique, légèrement incurvé pour protéger l'écran lorsque le téléphone est posé



Doro Liberto 820 avec son dock

à l'envers, il est équipé d'un large écran de 4,5", d'un appareil photo de 8MP, il est basé sur le système d'exploitation Android Kit Kat (dernière version) et il est certifié Google qui donne accès au Playstore et ses 1,2 millions d'applications. Ce n'est donc pas un appareil discriminant !

Par contre, il a été conçu pour répondre aux besoins des seniors. L'écran est équipé de trois boutons physiques : menu, Accueil, Touche Retour. Trois grandes icônes sur l'écran d'accueil sont des raccourcis directs vers les fonctions les plus demandées par les seniors :

Téléphone, Messages, Appareil Photo. Une interface a été créée pour accéder rapidement aux principales fonctions. La fonction la plus importante utilisée dans 60% des cas est accessible depuis le bouton principal vert. Trois fonctions supplémentaires sont disponibles depuis les icônes en haut de l'écran. Toutes les autres fonctions disponibles via le menu. Le Liberto 820 est également équipé d'un coach intégré pour apprendre pas à pas à utiliser les applications principales, il permet également d'apprendre la gestuelle « smartphone ». Ce coach permet à l'utilisateur d'être en confiance et

d'avancer à son rythme. C'est ainsi que le coach intégré permet d'accéder aux fonction internet : contacts, message et E-mails. La boîte E-mail peut être consultée sur la première page du menu. On peut ajouter un compte ou créer une adresse Gmail. Il existe un bouton : ajouter une nouvelle application. Il y a deux façons de télécharger des applications : soit via la sélection Doro, soit en effectuant une recherche dans Google Play.

Autre innovation du Liberto 820 : My Doro Manager disponible pour les proches qui permet avec l'accord de l'utilisateur à un membre de la famille ou à un ami soit d'apporter une aide à distance, soit même de paramétrer à distance un compte E-mail, rajouter un contact, remonter le son... mais My Doro Manager est également disponible pour l'utilisateur avec des tutoriels pour mieux comprendre les fonctionnalités.

Pourtant conçu pour répondre aux besoins et aux attentes spécifiques des seniors, paradoxalement le Doro Liberto 820 est peut-être le smartphone qui va permettre à Doro d'élargir sa cible en s'adressant à tous ceux qui veulent tout simplement profiter des nouvelles technologies sans se prendre la tête !

Il est disponible depuis le 17 novembre chez Bouygues Telecom et dans plus de 200 magasins.

# CUISINE PLAISIR à Marseille, une success story

C'est avec sa marraine qui possédait un magasin sous enseigne EXTRA dans le 4<sup>ème</sup> arrondissement à Marseille que Laurent Bonanno a attrapé le virus du commerce de proximité.

**C**et ingénieur a commencé sa carrière dans un bureau d'études puis il travaille quatre ans avec sa marraine dans la vente de produits neufs et de pièces détachées. Ensuite il se reconvertisse en commercial pour une Mutuelle d'assurances destinée aux professionnels des métiers de bouche avant d'entrer chez Findis comme commercial pour Cuisine Plaisir pour les départements du 04, 05, 06, 83 et 26. Ce marseillais ne se fait pas à cette vie d'itinérant d'autant qu'il n'a en charge ni le 13 ni le 84 ! Par contre il est totalement conquis par le concept de Cuisine Plaisir. Or, il n'y a pas de Cuisine Plaisir à Marseille. En 2012 il décide de sauter le pas et avec l'aide de sa marraine et de son associée gérante d'un gros centre de SAV pour le PEM (Kenwood, KitchenAid, Magimix et tout le groupe SEB entre autres) il ouvre un petit magasin de 90 m<sup>2</sup> dont 65 m<sup>2</sup> de surface de vente, rue de Libération dans le quartier des Cinq Avenues Lonchamp en pleine rénovation !

Ce 1<sup>er</sup> décembre il a fêté ses deux ans d'existence et plus de 2000 clients dont il connaît le tiers ! Car, outre les 900 références présentes en boutique à des prix très compétitifs grâce à la puissance d'achat de FINDIS, Laurent Bonanno joue à fond la carte du service et de la proximité : c'est ainsi qu'il est Relais Colis, une activité qui génère un trafic de 15 à 40 personnes par jour qui viennent chercher un colis et dont 30% deviennent des clients. Il est également Point de collecte pour Eco-Systèmes et partenaire de Nespresso pour récupérer les capsules usagées. À partir de cette année il accepte les chèques cadeaux et il n'hésite pas le cas échéant à livrer un aspirateur ou un micro-ondes, le soir chez une personne âgée. En effet, la population du 4<sup>ème</sup> arrondissement où est installée la boutique Cuisine Plaisir est en majorité composée de retraités ou pré-retraités aisés et intègre une communauté homosexuelle importante. D'ailleurs, la dernière liste de mariage que Laurent Bonanno a préparée était pour deux hommes. Si le 4<sup>ème</sup> arrondissement représente 70% de son chiffre



depuis l'entrepôt de Chateauroux et le magasin qui n'a plus aucune formalité à effectuer reçoit directement la marge brute. Laurent Bonanno vient de signer trois contrats avec des CE pour leurs adhérents ce qui devrait booster les ventes internet sur la fin de l'année. Mais c'est surtout, la nouvelle interface consommateur que FINDIS devrait proposer début 2015 qui devrait permettre de booster le commerce internet.

### Créateur de bien-être urbain

La première année, Laurent Bonanno qui travaille seul a réalisé 118 000 euros de chiffre d'affaires. À fin octobre 2014, il était déjà à plus 20% et envisage sereinement un objectif de 160 000 euros à fin 2015. Une performance encourageante pour le commerce de proximité dans un secteur où la grande distribution se taille pourtant la part du lion. Le succès de Cuisine Plaisir qui compte plus de 160 boutiques en France est du à un concept fort, une communication importante adaptée à la proximité, une logistique exemplaire et des prix marché. Mais la plus-value est toujours humaine.

Laurent Bonanno est secrétaire de l'Association des commerçants des Cinq Avenues afin de proposer tout au long de l'année des animations, de recréer du lien social et un fort sentiment d'appartenance. Pour Laurent Bonanno : un commerce de proximité c'est un créateur de bien-être urbain !

# Electrolux : les concepts de demain ?

Par Geneviève Beauvarlet



1<sup>er</sup>



2<sup>e</sup>



3<sup>e</sup>

Ouvert aux étudiants du monde entier, le concours Design Lab d'Electrolux 2014 a retenu en finale 6 candidats sur 1700 candidatures déposées. « Pour cette nouvelle édition nous avons invité les étudiants à travailler autour du thème de la « Maison Saine », commente Lars Erikson, Directeur Design chez Electrolux et président du jury du Design lab. Les concepts sélectionnés, résolument novateurs, sont susceptibles de révolutionner notre vie de demain, qu'il s'agisse de manger et de vivre plus sainement ou de s'inscrire dans une logique de développement durable. »

Le 12 novembre dernier à Paris, les six candidats ont présenté leur concept face à un parterre de journalistes et de blogueurs internationaux, puis le jury, composé de Lars Erikson, Margareta van den Bosch, conseillère de la création chez H&M et Robin Edman, directeur de la Swedish Industrial Design Foundation, a délibéré.

## Premier prix : « Future Hunter-Gatherer »

Une idée simple, une réflexion anodine peuvent conduire un esprit curieux à une découverte. Ainsi est né le concept de la jeune Sino Britannique Pan Wang. Elle raconte : « Une amie m'a dit : Sais-tu pourquoi une strawberry s'appelle strawberry (fraise en anglais) ? Réponse : parce qu'elle pousse dans la paille (straw en anglais). De là, ma réflexion. À l'heure des supermarchés, les gens perdent de plus en plus le lien avec les aliments qu'ils consomment, il serait intéressant de leur faire retrouver l'origine des produits ».

« Future Hunter-Gatherer » que l'on peut traduire par

« chasseur cueilleur » de l'avenir » ramène à un passé lointain. Celui du temps où les hommes allaient quérir dans la nature ce qu'il fallait pour se nourrir. Le concept « Chasseur-cueilleur récrée la nature via la projection d'hologrammes, et transporte virtuellement ses utilisateurs, à la pêche, la chasse ou à la cueillette tout en s'amusant. La liste des aliments choisis peut être transmise au point de vente le plus proche ; là, les produits seront sélectionnés puis livrés à domicile. En simulant la nature, en créant un lien avec les producteurs, faire ses courses et apprendre l'origine des produits devient une activité éducative et amusante, pour les enfants comme pour toute la famille, » dit Pan Wang.

## Deuxième prix : Lotus

Le jury 2014 a accordé une place particulière à la purification de l'air qui concerne en fait les 2<sup>ème</sup> et 3<sup>ème</sup> prix. Le concept Lotus créé par la candidate turque Fulden Dehneli, s'inspire selon sa créatrice du design industriel. Lotus est un purificateur d'air qui intègre trois boules portables et rechargeables. L'appareil principal, aux allures de fleur de lotus, assure la purification générale de l'air tandis que les trois sphères amovibles « Pure Ball », « Humid Ball » et « Odor Ball » peuvent être réparties, selon les besoins, dans différentes pièces de la maison. Elles dégagent des ions d'hydrogène et d'oxygène qui éliminent de façon ciblée les impuretés. Elles sont particulièrement adaptées à la cuisine, la chambre à coucher et les armoires closes.

## Troisième prix : UrbanCone

Conçu par le Polonais Michal Pospiech, l'UrbanCone peut, selon sa taille, purifier l'air dans un centre urbain comme à la maison, grâce à des filtres interchangeables placés au

dessus de ses ailes. Avec son châssis ultra léger et ses panneaux photovoltaïques, UrbanCone, radiocommandé, peut s'élever dans l'air et voler un peu à la manière d'un drone.



Il n'a pas été retenu par le jury mais nous avons quand même parié sur lui. Il s'agit du concept « Pure Towel » présenté par le Mexicain Leobardo Armanta. Pure Towel est un porte-serviette, doté de rayons UV et d'un ventilateur à grande vitesse, ce qui lui permet de nettoyer et de sécher une serviette en quelques secondes. L'appareil qui est capable d'éliminer 99,9% des bactéries sur la serviette et de réduire sensiblement l'humidité de la salle de bains, aide, selon son concepteur à garder un environnement sain et propre.

Parmi les autres concepts, celui du Hongrois Kovacs Apor « PETE » transforme les bouteilles plastiques en fibres polyester puis en vêtements. Pour Sorina Rasteanu de Roumanie le concept « Set to Mimic » se présente sous la forme d'une batterie de cuisine, capable de produire le goût et l'odeur de plat à la convenance de l'utilisateur.

Pour rappel : le premier prix du concours Design Lab Electrolux se compose d'une enveloppe de 5000 €, assortie d'un stage rémunéré de 6 mois dans un centre de Design Electrolux, le deuxième reçoit 3000 € et 2000 € pour le troisième.



## Eco-systèmes : vers une filière encore plus exigeante

Par Geneviève Beauvarlet



Alain Grimm Hecker,  
Président d'Eco-Systèmes

**C**omment faire évoluer et renforcer le recyclage des DEEE ? Ce thème a été au centre de la 4<sup>ème</sup> édition des Rencontres Nationales Eco-systèmes qui a réuni autour d'une table ronde tous les partenaires de la filière. Membre d'Eco-systèmes, représentants des collectivités locales, des pouvoirs publics, des douanes, de l'économie sociale et solidaire, des écologistes, de la distribution. « Nous sommes tous acteurs d'un modèle qui est exemplaire en France et en Europe, je note que nous sommes suivis par la Belgique, la Hollande et les pays Nordiques, déclare en ouverture de la séance, Alain Grimm Hecker, Président d'Eco-systèmes. » Néanmoins il reste beaucoup à faire et la mobilisation doit se poursuivre pour que cesse la « Tragédie électronique » dénon-

cée par le film documentaire de Cosima Dannoritzer, diffusé en mai dernier sur Arte. Cinquante millions de tonnes de DEEE sont produits chaque année dans le monde. Plusieurs milliers de tonnes de ces déchets électroniques et toxiques (ordinateurs, écrans, imprimantes, lave-linge se retrouvent dans des décharges à ciel ouvert, comme, par exemple, celle d'Accra au Ghana. « Ceci est la conséquence de systèmes mafieux, basés sur le profit aux dépens de la santé des populations et de la protection de l'environnement. Nous savons qu'il existe des modèles low cost, au sens négatif du terme, souligne Alain Grimm Hecker. Notre survie passe par la lutte contre ces filières clandestines, qui mettent en péril notre modèle français, ses acteurs, ses emplois, ses standards. ».

### Doubler la collecte d'ici 2019

Dès le début Eco-Systèmes, qui a lancé les opérations de collecte et de traitement des DEEE, en novembre 2006, a bénéficié de l'adhésion des principales parties concernées. « Au départ l'entreprise représentait 73% des mises en marché des DEEE, aujourd'hui nous en sommes à 75,9% », souligne Alain Grimm Hecker. Aujourd'hui, le taux de collecte est de près de 35% contre 25% pour la moyenne européenne. « Nous sommes à un peu plus de 7kg de DEEE par an et par habitants, soit 42,2 millions d'appareils, c'est autant de polluants extraits et de matériaux récupérés », précise Christian Brabant, Directeur général d'Eco-systèmes. Mais est-ce suffisant ?

Sans doute pas, compte tenu d'une stagnation enregistrée depuis 3 ans. Par ailleurs pour se conformer à la deuxième directive européenne, le nouvel objectif d'Eco-systèmes est de doubler la collecte des DEEE d'ici 2019.

« Pour cela nous explorons plusieurs voies », explique Christian Brabant. D'abord en améliorant la traçabilité et en sécurisant les sites de collecte afin que les DEEE ne soient pas piratés par des chasseurs de profit. Nous pensons aussi à une solution de reprise, via des installateurs de chauffe-eaux et de cuisines encastrables. L'idée consiste à leur proposer un réseau de points de collectes chez des récupérateurs sous contrat Eco-systèmes. « Pour ce faire, l'éco-organisme s'est rapproché de Federec pour la mise en place d'un protocole de suivi de ces équipements garantissant leur dépollution.

Autre voie : renforcer l'information des consommateurs sur le bon geste à faire et développer la confiance dans la filière. « Notre responsabilité est importante pour éviter la démission des consommateurs, commente Christian Brabant. Notre vigilance doit s'opérer jusqu'à la dépollution des appareils, faite et garantie. L'enjeu est d'importance car non seulement il est choquant d'exporter notre pollution dans d'autres pays mais le traitement des DEEE est une opportunité de créer des activités économiques sur notre territoire. » Pour rappeler la filière DEEE génère 3500 emplois non délocalisables, dont 1450 dans l'économie sociale et solidaire.

**LEGENDE.** De droite à gauche : Thierry Guerrier journaliste - Michel Bourgain, Maire de l'île Saint-Denis, vice président de l'Association des Maires de France (AMF) - Mominique Potier, Député socialiste de Meurthe et Moselle - Christian Brabant, Directeur général d'Eco-Systèmes - Baptiste Legay, Chef du département politique gestion des déchets à la DGPR au Ministère de l'écologie - Camille Lecomte, Chargée de campagne du réseau les « Amis de la Terre » - Michel Marin, Chef du bureau D2, Direction générale des douanes - Valérie Fayard, Déléguée générale adjointe d'Emmaüs France - Flavien Dhellemmes, Directeur des Achats non alimentaires d'Auchan France.

### Combattre toutes les dérives

« Les distributeurs sont partie prenante de l'excellence de la filière, confirme Flavien Dhellemmes, Directeur des achats non alimentaires pour l'enseigne. « Tous les sites Auchan ont installé des meubles de collecte multi-filière, afin de faciliter le geste des consommateurs et parce que notre enseigne est sensible à ce sujet. Nos livreurs vendeurs et techniciens sont formés pour répondre aux problèmes et informer les consommateurs. Par ailleurs, Auchan met régulièrement en place des opérations reprises à domicile (vêtements DEEE jouets), notamment avec Emmaüs. » Principaux acteurs aussi, les fabricants, absents de la table ronde, mais nombreux dans l'auditoire et engagés depuis le début de la filière en intervenant en amont. L'éco-conception devrait à terme conduire à une diminution notable des DEEE et à une simplification des opérations de recyclage et de dépollution. « Personne ne peut se désintéresser de la fin de l'histoire, déclare en conclusion Alain Grimm Hecker. Nous devons défendre notre modèle de filière à valeur ajoutée et en combattre toutes les dérives. »



# Ne laissez pas vos clients commettre l'irréparable



Améliorer le cadre de vie de vos habitants, c'est aussi leur proposer des solutions de collecte pour les anciens appareils électriques. Avec Eco-systèmes, vous pouvez également leur garantir que les appareils collectés seront débarrassés de toute substance polluante et recyclés sous forme de matières premières.

**Avec vous,  
continuons à faciliter le recyclage**

Tous nos services sur [eco-systemes.fr](http://eco-systemes.fr)

OU  N° Indigo **0825 88 68 79**

0,15 € TTC / MN



**Eco-systèmes**  
*le plus simple, c'est de recycler*



# Le rangement, une opportunité pour les cuisinistes !

Par Monique Caralli - Lefèvre

Si quelques grandes enseignes nationales de cuisine ont déjà un département Rangement qui a pour objectif, entre autres, de rentabiliser leur outil de production, il n'en reste pas moins vrai que le rangement sur mesure est une diversification valorisante et rentable pour un cuisiniste car le dressing, tout comme la cuisine font rêver.

18

**C**'est pourquoi, Couloidor, spécialiste de placards et aménagements sur mesure veut faire de sa marque AD, Ambiance Dressing lancée il y a deux ans une marque Premium à destination des placardistes, cuisinistes et parqueteurs avec un catalogue qui sortira en janvier 2015, des produits spécifiques, des exclusivités de matériaux et un directeur de marque qui vient d'être recruté. L'objectif

est de multiplier par 5 le chiffre d'affaires actuel de ce segment à horizon 2018.

Le marché du placard en France est un « petit » marché de quelques 300 millions d'euros. Les quatre fabricants qui forment le groupement « Placard » au sein de l'UNIFA (Couloidor, Deya, Optimum et Sogal) réalisent 225 millions d'euros de chiffre d'affaires. Couloidor, avec 35 millions de chiffre d'affaires en 2013 est le plus petit de la bande des Quatre mais pas le moins dynamique ! Les

produits standard parmi lesquels le basic pack de 2 vantaux (H2,50 x L1,20m) représentent plus de la moitié des volumes mais c'est un segment sur lequel Couloidor qui ne fait que du « sur mesure » n'est pas présent.

L'entreprise a été créée en 1986 par Michel Visse, père d'Arnaud, l'actuel PDG. Ce VRP multiscarte qui vendait des produits du bâtiment à une clientèle de négoce de matériaux de construction en Normandie et en Bretagne, a saisi l'opportunité de représenter une carte de portes



Arnaud Visse



de placard coulissantes (Maisons Loisir), alors que le marché n'était que pliant. Les difficultés de logistique liées à cette typologie de produits l'ont conduit à passer de l'autre côté de la barrière en construisant, avec le soutien de son commettant, un atelier de production de façades de placards. Lorsque Maisons Loisir a été rachetée par KAZED, il a fait le choix de l'indépendance et a déposé la marque Coulidoor (1991), tissant sa toile commerciale au-delà de son secteur d'origine (Normandie). Aujourd'hui, Coulidoor emploie plus de 200 personnes dont 20 commerciaux, possède deux usines, l'une en Normandie à Verson pour le rangement et les façades et 1 autre dans la Drome à Saint Rambert d'Albon ainsi qu'un entrepôt logistique à Bordeaux, Coulidoor disposant d'une flotte intégrée de 25 camions. Sur le plan industriel, en 2011, Coulidoor avait installé une LGV, ligne à grande vitesse de fabrication totalement automatisée de portes de placards sur mesure (3 portes par minute) sur le site de St Rambert d'Albon, c'est une première en France et en 2014, Coulidoor a investi 1,5 million d'euros à Verson dans une LGC (ligne de débit à grande capacité) fruit d'un partenariat avec le groupe Allemand Homag occupant une surface au sol de 1000 m<sup>2</sup> et optimisant le processus de fabrication dans son ensemble. Compte-tenu des ambitions affichées, cet investissement

qui dote Coulidoor d'un outil industriel extrêmement compétitif en augmentant sa capacité de production de 50% sera le bienvenu.

### Il faut qu'une porte soit ouverte ou fermée, et plutôt fermée d'ailleurs !

L'innovation est le cheval de bataille de Coulidoor comme le prouve le lancement de Coulisoft, un système de fermeture automatique avec amortisseur de fin de course, sans effort ni électricité qui s'adapte aux portes coulissantes de la gamme aluminium. Coulisoft qui a bénéficié d'un Crédit Impôt Recherche a été co-développé par Coulidoor et Carl Stahl GmbH, un groupe de renommée mondiale dans les technologies de câbles techniques. Conçu pour durer 30 ans Coulisoft représente un vrai Plus consommateur une enquête ayant montré que « les façades coulissantes ne sont jamais fermées » ! 2015 s'annonce comme une année charnière pour Coulidoor avec le lancement d'une nouvelle collection Ambiance Dressing, design, origine France Garantie, certifiée PEFC, la mise sur le marché de Coulisoft, un système très innovant de fermeture automatique des portes sans effort ni électricité et la poursuite d'investissements industriels sur les deux sites.

# Entretien des sols : le consommateur aspire à autre chose...

Par Eliane de Dorlodot

Plus envie de traîner un gros aspirateur derrière soi ? Envie de davantage de légèreté, de nomadisme ? De nouveaux appareils astucieux et malins volent la vedette aux traîneaux classiques : ils sont sans fil à la patte (balais, robots...) et espèrent bien grignoter une part du gâteau.

**P**remier marché du PEM, l'entretien des sols représente 549 millions d'euros en 2013 et les traîneaux demeurent le segment le plus important avec 73 % des ventes (source : Gifam). La distribution a été un peu bousculée par l'arrivée de l'Étiquette Énergie, même si tout le monde l'avait anticipée : il a fallu écouler les stocks et faire place nette aux nouveaux appareils. L'Étiquette Énergie, obligatoire depuis le 1<sup>er</sup> septembre 2014, est considérée comme un facteur de progrès et une aide à la vente : elle concerne essentiellement les traîneaux et les aspirateurs balais avec fil. Elle assainit le marché en obligeant les constructeurs à concevoir des produits moins bruyants, plus respectueux de l'environnement, qui consomment moins d'énergie avec de meilleures performances de dépoussiérage. Elle simplifie le choix du consommateur puisqu'on voit immédiatement sur quels types de sols l'aspirateur est efficace (sols durs ou moquette), son niveau sonore, le bon filtrage de l'air à la sortie, la consommation annuelle.

## Traîneaux : la puissance fait profil bas

Depuis le 1<sup>er</sup> septembre 2014, la puissance absorbée des appareils ne dépasse plus

1600 W et passera sous la barre des 900 watts au 1<sup>er</sup> septembre 2017.

Les temps changent, les discours aussi : on ne parle plus de puissance mais de performance et de silence. Les fabricants ont revu la conception de leurs appareils : circuit d'air, carrosserie plus étanche, nouveaux moteurs bien isolés, nouveaux suceurs et accessoires parfaitement conçus pour éviter toute déperdition. Un bon aspirateur étant le résultat d'un compromis entre tous ces paramètres.

Pour aider les vendeurs à revoir leur argumentaire, le Gifam a édité un guide d'aide à la vente ; de même, pour accompagner les consommateurs, le Gifam leur propose « les dix questions à se poser au moment de l'achat d'un aspirateur » pour bien cibler l'appareil qui leur convient.

Les traîneaux représentent 3,4 millions d'unités et un CA de 387 millions d'euros (septembre 2013-août 2014). Les appareils sans sac évoluent bien et deviennent majoritaires (1,9 million d'unités et 220 millions d'euros) ; les modèles avec sac pèsent encore 1,5 million d'unités (- 3,5 %) et 166 millions d'euros (- 4 % en valeur). Le PVM est de 174€. Au niveau des ventes, la prospérité du segment des moins de 70€ qui pèse 50 % du marché en volume va souffrir avec l'arrivée des nouveaux appareils dont les performances vont faire réfléchir le consommateur. Le cœur de marché se situe

encore entre 100 et 150€. En favorisant la comparaison entre les modèles, l'Étiquette Énergie devrait tirer le marché vers le haut. Côté design, c'est Dyson qui donne le « la » avec son look compact, moderne, jouant sur la transparence et la couleur. Il adopte la technologie « ball » (tous les composants sont logés dans la boule) et la technologie Dyson cinetic (54 cyclones à extrémité oscillante afin qu'ils ne se bouchent pas) pour séparer l'air de la poussière, sans perte d'aspiration. Des modèles sans sac et sans filtre à entretenir. « Avec une préoccupation pour le problème des allergies et un grand souci de la captation des particules fines (0,5 microns) et le rejet d'un air plus pur » précise Morgane Boucheur chef de produit.

Rowenta mise sur le « made in France » avec Silence Force Multi-cyclonic : « un appareil à forte valeur d'innovation, conçu et produit à Vernon, dans l'Eure et qui a demandé quelque 10 ans d'études admet Guillaume Nicolas chef de produit entretien des sols du groupe Seb. Il se distingue, notamment, par son niveau sonore de 68 dB(A), la puissance du moteur qui va de 750 à 1100 W, un bac à poussière de 2 litres et la technologie multi-cyclonique qui sépare l'air de la poussière et permet d'obtenir un air parfaitement filtré à la sortie ». Le faible niveau sonore est obtenu par un moteur suspendu et un flux d'air optimisé.

Cinetic DC 52 Allergy de Dyson.



Un traîneau sans sac et sans filtre à changer. Dyson cinetic

Le vidage du bac à poussière s'effectue d'un clic sans aucun contact.

Miele s'attache à satisfaire 3 profils de consommateurs : les écolos (sensibles à la baisse des watts), les rationnels qui équilibrent entre la juste consommation et la performance et les perfectionnistes qui veulent tout. Miele n'est présent que sur le segment des modèles avec sacs, avec un excellent classement et une durée de vie annoncée de 20 ans. « Nous avons retravaillé la structure du sac au niveau de la filtration, et du passage de l'air à puissance plus faible » note Severine Bourre, chef de produit. L'Étiquette Énergie devrait permettre de satisfaire tout le monde puisque chacun peut choisir le modèle qui lui convient.

Electrolux présente Ultraflex un traîneau

Classé AAA, un sans sac dédié aux sols durs. Ultraflex UfParketta d'Electrolux.



Made in France, il ronronne à 68 dB(A). Silence Force Multicyclonic de Rowenta.



Très silencieux avec 66 dB(A), ses filtres sont efficaces à vie. Relaxx'x de Bosch.



Un traîneau sans sac de 950 W et la technologie multicyclonique. MY 7115 de Severin.

sans sac, doté d'une technologie turbo cyclonique, d'un rayon d'action de 12 m et d'une brosse spéciale parquets.

Bosch mise sur le silence avec Relaxx'x qui est un modèle sans sac, très bien isolé, d'un niveau sonore de 66 dB, doté de la technologie Compressor (moteur optimisé, débit d'air amélioré...), vidage hygiénique du bac à poussière. Les filtres sont permanents et efficaces à vie. Il consomme 40 kWh/an (classe C) et s'avère très efficace sur le plan filtration (classe A). « On a utilisé des matériaux innovants qui viennent de l'industrie automobile dans la conception de l'appareil et on économise sur les consommables (filtre et sacs) puisque les filtres sont permanents pendant toute la durée de vie de l'appareil » estime Vi Fingscheidt chef de produit PEM pour le groupe BSH. Les modèles avec sacs sont encore plus silencieux : la gamme Ingenius annonce 59 dB(A) avec un large rayon d'action de 15 m. La filiale française de TT1 Floor Care (marques Vax et Dirt Devil) a maintenant deux ans d'existence. Ce leader de l'entretien des sols, présent sur tous les segments, lance ses nouvelles gammes en phase avec l'Étiquette Énergie. « Pour Dirt Devil souligne Armelle Cuny responsable marketing de la filiale France, c'est 6 nouvelles gammes Rebel 2.0 qui arrivent sur le marché : look identique (blanc ou gris avec des touches de rouge), moteur

haute efficacité, flux d'air optimisé, filtres HEPA et brosse parquet supplémentaire sur certains modèles (de 99 à 169€). Rebel est la gamme phare de la marque Dirt Devil (4<sup>e</sup> marque d'aspirateurs sans sac en France, en volume, selon GfK à fin juin 2014) : le consommateur apprécie son design moderne et son excellent rapport performances/prix. »

Bientôt dans les linéaires, le traîneau Air Silence de Vax, doté de la technologie multicyclonique et d'un niveau sonore de 72 dB(A) affichera une consommation d'énergie en A.

Severin profite de l'opportunité de l'Étiquette Énergie pour se relancer dans le secteur de l'entretien des sols en s'entourant des compétences dans la profession. Severin Floor Care arrive avec une offre très bien définie et un excellent rapport performances/prix : « ce secteur de l'entretien des sols complète notre image dans le PEM. Nous sommes entre 25 et 40 % moins chers que nos concurrents avec des produits garantis 2 ans précise Jean-Paul Gross directeur commercial de Severin France ; en 3 mois, la vente a pulvérisé nos objectifs et cela sans publicité ! » L'offre actuelle comporte 2 traîneaux avec sac, de 750 W d'un niveau sonore de 72 et 76 dB(A) positionnés à 120 et 150€ ; 3 traîneaux sans sac dotés de la technologie multicyclonique (140 à 200€) puis

des nettoyeurs à vapeur et des balais sans fil.

Après être devenus sans sac, les traîneaux sont en train de devenir sans fil ! Les premiers modèles CordZero de LG ont été présentés à l'IFA : ils sont dotés d'une batterie lithium-ion qui leur donne une autonomie de 40 mn, d'un moteur Smart inverter à grande vitesse de rotation et de la technologie Kompessor qui compacte la poussière dans le bac. Lancement en France début 2015.

### Balais sans fil : nomades et aussi efficaces qu'un traîneau

C'est le segment dynamique de l'entretien des sols : + 14 % en volume (490 000 unités) et +20 % en valeur (80 millions d'euros), avec un PVM intéressant de 167€. Dyson et Rowenta mènent la danse devant Electrolux qui avait été précurseur. Séduit par ce type d'appareil, le consommateur l'utilise au quotidien : il est disponible à tout moment (en version mono ou multifonction) ; il est maniable, ergonomique, avec une autonomie atteignant 60 mn, grâce à des piles au lithium. Il revendique des performances équivalentes à celles d'un traîneau, ce qui change la donne.

Dyson, en excellente position, propose 3 gammes : DC 35, 45 et 62. Son modèle 3 en 1, le DC 62 Digital Slim, a plutôt la forme d'une perceuse mais s'avère parfaitement

Un moteur digital inverter pour le nouveau robot Powerbot de Samsung.



Digital Slim, un balai sans fil utilisable en hauteur. DC 62 Up Top de Dyson.



Il travaille à votre place ! Scout RX 1 de Miele.



●● ergonomique avec son moteur près de la main : il peut être soulevé sans effort pour le nettoyage en hauteur. Il aspire autant de poussière qu'un traîneau et 2 rangs de cyclones capturent et filtrent les poussières les plus fines. Une gâchette à la poignée permet de mieux maîtriser l'autonomie. Il est doté d'une brosse motorisée qui combine fibres de carbone et poils de nylon. Facile à ranger, il se place ensuite sur sa station murale de chargement. Rowenta, présente un modèle monofonction doté d'une tête Delta. Bosch a lancé Athlet, début 2014, doté de 50 minutes d'autonomie grâce aux batteries lithium qui ne se déchargent pas.

Chez Vax, Air Cordless est positionné à 399€ : une autonomie de 50 minutes grâce à ses 2 batteries interchangeables au lithium, une grande capacité du bac à poussière (1,05 litre), une brosse motorisée pour la moquette avec éclairage LED pour voir ce que l'on fait. Ce sont les batteries que l'on recharge et non l'appareil. Un tube détachable permet le nettoyage du plafond et du dessus des meubles.

### Robots : un rêve inabouti

Après une forte espérance, la déception : ils ne répondent pas tout à fait à ce que l'on attend d'eux. Les chiffres l'attestent - 4,7 % en volume et - 6 % en valeur sur ce marché de 177 000 pièces avec un PVM en baisse à 295€ (janvier-septembre 2014). Le nom-

bre d'acteurs se multiplie : Irobot demeure leader, suivi de Miele, Rowenta, Samsung, LG, Hoover, Neato, Vorwerk, les MDD... Avec un gros impact des ventes sur Internet qui atteignent 30 %. Ces modèles se distinguent par leur système de navigation : aléatoire pour certains, intelligent pour d'autres qui fonctionnent comme un GPS. Une nouvelle génération arrive. Dyson vient de lancer son robot au Japon : il est monté sur chenille pour aller sur tous les sols et est doté d'une vision panoramique à 360°. « La visibilité combinée à un moteur numérique à grande vitesse et à notre technologie cyclonique, permet d'obtenir un robot performant » note James Dyson. Il faudra attendre le printemps 2015 pour le voir en France. Samsung lance Powerbot, son nouveau robot, doté d'un moteur digital inverter et d'une technologie cyclone force qui sépare l'air de la poussière.

Les meilleures ventes s'effectuent en novembre et décembre. Un bel achat cadeau, qui s'avère un peu cher pour un gadget de célibataire, idéal dans un loft sur sol dur avec peu de meubles. Actuellement, le robot n'est encore qu'un aspirateur d'appoint : certes, il va sous les lits et les armoires, mais tous les nettoyages de canapés, rideaux, recoins en hauteur, lui échappent. On attend encore la technologie qui saura nous convaincre.



Indispensable pour déloger les acariens du matelas ! Mattrass de Dyson

## Dormir avec un million d'amis ? Merci bien !

Notre lit héberge un million d'acariens qui produisent 40 millions d'excrément très allergènes. On compte près de 400 millions de personnes allergiques dans le monde : il s'agit surtout d'allergies respiratoires (rhinite, asthme) mais aussi conjonctivite, eczéma. En cause dans les allergies : la poussière, les moisissures, les animaux domestiques, le pollen, les acariens qui se nourrissent de peaux mortes : un individu perd en moyenne 28 g de peaux mortes par mois, qui sont un délice pour les acariens ; seul un nettoyage efficace et

une aération convenable des locaux, permettent de lutter contre ce phénomène. Déjà lancé en Grande Bretagne (en deux semaines, il s'en est vendu 7000 unités), puis au Japon, Mattrass (DC 43 H) arrive en France : dédié à l'aspiration du matelas, son moteur tourne très vite (104 000 tours/mn pour extirper les acariens du matelas). Lancement prioritaire sur le Web et sur la plateforme Kooroo, avec une offre satisfait ou remboursé. On attend les réactions. Les acariens sont très mécontents.

★ ★ ★  
**GERMAN  
QUALITY**  
since 1892

## NOUVELLE GAMME FLOORCARES

### Des innovations musclées pour lutter contre la poussière



# Evolution du marché du

La 4G a commencé à se déployer dans l'hexagone il y a de cela un peu d'un an, permettant de parcourir la toile à des vitesses vertigineuses, mais est-ce que cela a révolutionné le marché du Smartphone et de la tablette ? Il n'est en effet pas sûr que pouvoir regarder un film en qualité HD en streaming a décuplé les ventes.

**L**es deux ténors du marché doivent désormais faire face à une concurrence de plus en plus sévère, avec d'une part l'arrivée de plus de 50 nouvelles marques sur le marché français dont les offres sont de plus en plus agressives, mais surtout les fabricants chinois dont le poids est de plus en plus conséquent.

## Les ventes de Noël selon l'institut GfK

Selon une étude GfK parue début décembre, qui révèle les 10 produits stars de Noël 2014, le Smartphone arrive en tête loin devant. Cela est principalement dû à une accélération de la migration du parc existant, avec l'essor des offres sans abonnement. L'institut GfK anticipe près de 2.8 millions de Smartphones vendus sur le seul mois de décembre, ce qui représente 30% des quantités du top 10. Avec des gammes élargies et des écrans plus grands, les prix publics commencent à environ 100 € TTC jusqu'à dépasser 700 € TTC pour les modèles les plus sophistiqués. La 4G, le NFC, les processeurs de plus en plus puissants, de meilleurs capteurs photo/vidéo sont les éléments qui assurent la montée en gamme.

La tablette est arrivée sur le marché français il y a quatre ans, et malgré une petite érosion de ses ventes en 2014, cela ne l'empêche pas de prendre la deuxième place du top 10 avec une prévision de vente de 1.8 millions d'unités durant le mois de décembre. Que ce soit pour les Smartphones ou les tablettes, il s'avère donc que les quantités de ventes prévues pour Noël 2014 seront assez similaires à celles de Noël 2013.

## Evolution du marché mondial du Smartphone

En 2017, plus de 2/3 de la population mondiale utilisera un Smartphone, soit plus de 5 milliards d'internautes mobiles. Selon les chiffres publiés par l'institut GfK, les ventes de Smartphones haut de gamme (prix à partir de

500 \$) ont augmenté de 24% en 2013, soit 2.5 fois plus que la croissance du marché sur la même période. Il faut constater que cette explosion des ventes s'est principalement effectuée dans les régions émergentes, dont le pouvoir d'achat a augmenté. La Chine est en effet en tête des prévisions d'achat, déplaçant ainsi les ventes des terminaux haut de gamme auparavant tenues par l'Amérique du Nord et l'Europe. Malgré cette progression, l'institut GfK prévoit une légère baisse des ventes de Smartphones, principalement dans les modèles haut de gamme, qui a profité d'un taux de croissance exceptionnel de +48% sur les trois dernières années. Cela signifie-t-il que le marché arrive à un point de saturation ? En effet, GfK prévoit que sur l'année 2015 cette croissance passera à un rythme annuel de +8%. Cela est dû à deux facteurs qui se croisent, avec un marché qui arrive à maturité d'une part, et une arrivée massive d'appareils de moins en moins chers, particulièrement attractifs dans les régions émergentes. A la fin 2014, les terminaux à moins de 200 € TTC représenteront en France près de trois quarts des ventes. Cela étant, les prix des appareils haut de gamme devraient rester assez stables. Et l'année prochaine le marché des appareils entre 100 et 250 \$ risquant d'arriver à saturation, les fabricants devront trouver d'autres segments à développer. Le plus fort potentiel restant dans les régions émergentes, où le coût reste le premier élément dans la décision d'achat, ils seront donc poussés à produire des Smartphones dont le prix se situe en-dessous de la barre des 100 \$.

## A la poursuite du podium

Depuis plusieurs années le marché du Smartphone, et d'ailleurs de la tablette, est principalement tenu par deux marques qui se font une concurrence sans merci. L'un, Apple, a son propre système d'exploitation, avec iOS, et annonce une révolution à l'arrivée de chaque nouveau modèle. Son marché reste dans le haut de gamme, et malgré une perte de part de marché non négligeable



Le Moto X de Motorola est le nouveau fleuron de la marque légendaire qui est désormais la propriété de Lenovo

chaque année, les résultats annoncés trimestre après trimestre sont en hausse significative. En face, le coréen Samsung, qui a choisi de s'associer à Google pour proposer des appareils sous Android, met toute son énergie à combattre le fabricant californien, et met sur le marché de manière continue de nouveaux modèles dans des gammes de plus en plus diversifiées. On note cependant que Samsung a annoncé pour la première fois une érosion de ses ventes, car la concurrence arrive à toute vitesse. Et les challengers ne sont pas des moindres. Tout d'abord, ils sont chinois, et quand on sait que presque 100% des Smartphones et tablettes toutes marques confondues sont produits en Chine, il n'y a pas de quoi s'étonner. On constate en effet le même phénomène qu'il y a un peu plus de 10 ans, lorsque la Corée a réussi à prendre le pas sur le Japonais dans la haute technologie. Mais les fabricants chinois ont de nouveaux atouts. Le premier est leur marché interne. En effet, la population locale assure déjà une base d'acheteurs énorme, permettant de générer des revenus conséquents, et qui ne peuvent qu'aider à l'expansion mondiale. C'est par exemple le cas de Huawei qui développe ses propres processeurs et propose désormais des modèles haut de gamme comme la phablette Ascend Mate 7, un Smartphone à écran de 6 pouces et double carte SIM. D'autres, comme Lenovo, ont choisi une expansion externe, en rachetant la division mobile de Motorola. C'est ainsi que l'on trouvera deux marques de Smartphones chez ce constructeur, avec Lenovo pour la Chine (et les



# Smartphone

Par Pierre Lagrange



La tablette Acer Iconia Tab 8 W a un écran de 8 pouces et se transporte partout



Google a développé avec HTC la Nexus 9, qui tourne sous Lollipop, dont le prix démarre à 399 € TTC



Huawei non seulement propose des Smartphones très bien conçus et au design parfait, ici l'Ascend Mate 7, mais conçoit ses propres processeurs



Le Monaco 47 de Yezz est fourni avec plusieurs coques interchangeables



Avec l'iPhone 6 et l'iPhone 6+ Apple répond enfin à la demande de terminaux à grand écran



Le ZenFone 5 d'Asus est proposé avec un choix de coques de toutes les couleurs

pays où cette marque est déjà implantée) et Motorola dans les autres pays, dont la France. Cela permettra à Lenovo de se placer sur le marché avec une marque historiquement prestigieuse, avec l'ambition de rapidement prendre la troisième place du podium, tout au moins pour commencer. Asus qui a su se diversifier afin d'être présent dans de nombreux segments de marché propose le ZenFone 5, un smartphone 4G à écran 5 pouces Full HD et son interface maison ZenUI. Proposé en noir et blanc au prix public de 249 € TTC, il peut être recouvert d'une coque rose, blanche, noire, jaune, verte ou rouge.

## De plus en plus d'acteurs

Ce sont plus de 50 marques qui sont apparues ces deux dernières années sur la scène de marché de l'hexagone. De quoi y perdre la tête, mais cela est la conséquence de l'arrivée de Free avec son offre sans engagement, que d'ailleurs tous les opérateurs ont suivi. Le pourcentage d'équipement s'en ressent d'ailleurs, étant passé de moins d'un quart il y a un an à près de la moitié des achats actuels. Pour beaucoup cela consiste à rechercher des produits déjà fabriqués et de les habiller de manière cosmétique et marketing pour générer une marque en tant que telle.

Pour d'autres, il y a cependant une réelle équipe de recherche & développement, afin de proposer des produits maison. Ainsi Mobiwire, une émulation de la marque Sagem, propose une toute nouvelle gamme parfaitement adaptée aux offres sans engagement.

## Et Windows Phone ?

Vous pourriez vous dire que l'on ne parle que d'Android et iOS, mais cela reflète la réalité des ventes. Cependant Windows n'a pas dit son dernier mot, et avec Windows Phone 8 arrive à progresser dans sa part de marché. Il faut dire que le rachat de la division mobile de Nokia par le géant américain lui permet d'assurer une certaine présence. Cependant, on trouve souvent quelques modèles WP8 chez la plupart des fabricants, même s'ils représentent une faible part dans leurs chiffres de vente. Ainsi de petites marques se font remarquer, comme par exemple Yezz avec son Monaco 47, un Smartphone très léger équipé d'écrans au toucher cuir, trois caches batterie et un étui portefeuille, permettant de l'habiller dans toutes les circonstances. Distribué par Avenir Telecom, son prix public est de 249 € TTC.

Côté tablette, Acer propose l'Iconia Tab 8 W, fonctionnant sous Windows 8.1, parfaite aussi bien pour jouer que pour travailler. Son design très fin permet de la transporter facilement et de la ranger partout, sans retirer ses capacités multimédia. Son prix d'achat comporte un an d'abonnement à Microsoft Office 365 ?

## Le marché des seniors

En 2020 la population en Europe sera composée de 20% de personnes âgées de plus de 65 ans et de 6% de personnes ayant plus de 80 ans. La demande des seniors est moins importante que les prévisions, car ils ne se sentent pas encore à l'aise avec un Smartphone. Ils demeurent

La Yoga Tablet 2 Pro de Lenovo est la première tablette intégrant un pico-projecteur



NVIDIA vient jouer dans le jardin des consoles de jeu avec la SHIELD Tablet et le SHIELD Wireless Controller



La batterie de secours Power Pouch d'EMTEC permet d'y ranger son Smartphone



la coque Lifeproof Fré rend l'iPhone 6 totalement étanche



••• plus confiants envers les mobiles classiques, ne se sentant pas au niveau pour les appareils plus sophistiqués, et le facteur de motivation principal demeure l'influence familiale, voire le cadeau technophile. Doro, leader du marché des téléphones mobiles dédiés au seniors, veut réduire le fossé du numérique, et propose son nouveau Smartphone Liberto 820. Muni d'un écran de 4.5 pouces et d'un appareil photo de 8 mégapixels, sa forme légèrement incurvée et ses boutons physiques rétroéclairés ont été étudiés pour en faciliter les manipulations. La règle des 60/35/5 a été respectée, en affectant la fonction la plus importante au bouton principal de couleur verte, les icônes situées en haut de l'écran étant dédiées aux fonctions secondaires, et le reste demeurant accessible via le menu.

L'application My Doro Manager vient compléter l'action du fabricant suédois, afin de permettre aux proches de configurer le Smartphone à distance, de donner des conseils à distance, ou encore de partager des photos et des contacts. Disponible dès aujourd'hui sous Android, elle arrive pour iOS début 2015.



Avec le Liberto 820, Doro veut réduire la fracture numérique des seniors

## Quid de la tablette ?

Comme nous vous le disions plus haut, le marché de la tablette a subi une petite érosion cette année, malgré le fait qu'il sera le deuxième choix dans les achats High-tech de Noël 2014. Les fabricants n'ont cependant pas baissé les bras, et l'offre s'est plutôt développée vers une hausse de la qualité, avec des processeurs de plus en plus performants, des écrans encore plus lumineux et précis, et un retour de la mobilité complète avec l'intégration de la 4G pour certains modèles. Parmi les modèles qui se font le plus particulièrement remarquer il faut noter la YOGA Tablet 2 Pro de Lenovo, une tablette 13 pouces qui a pour particularité d'intégrer un pico-projecteur, une puissante section audio et une autonomie pouvant aller jusqu'à 15 heures.

Les gamers se pencheront plutôt vers la SHIELD Tablet de NVIDIA, une tablette 8 pouces Full HD munie du processeur le plus puissant du moment, le NVIDIA Tegra K1, avec ses 192 cœurs. Connectée à un grand écran, et complétée par le SHIELD Wireless Controller, une manette de jeu sans fil, elle rivalise sans complexe avec les consoles de jeu traditionnelles.

On remarquera aussi la Nexus 9 de Google, développée en partenariat avec HTC, et qui tourne sous Lollipop, la version 5 d'Android. Son écran de 9 pouces est encadré d'aluminium brossé et elle tient bien en main grâce aux dos soft-grip. La Nexus 9 est aussi équipée du processeur NVIDIA Tegra K1, complété d'un processeur graphique Kepler.

## Et les accessoires...

Les accessoires représentent une part à ne pas oublier dans les revenus des commerçants, parfois plus faciles à vendre que les terminaux eux-mêmes. En effet, on a tous envie de protéger son beau Smartphone, et d'éviter de le rayer ou de casser son écran. Pour illustrer notre propos, nous proposons ici juste deux produits originaux.

Pour protéger votre iPhone 6 contre vents et marées, Life-Proof a ajouté à sa gamme deux coques étanches, avec les modèles Fré et Nüüd, disponibles chez FNAC, Carrefour, Darty et Boulanger au prix de 79.99 € TTC.

La Power Pouch d'EMTEC se distingue de tous les chargeurs mobiles par sa pochette intégrée qui permet d'y ranger son Smartphone. Disponible pour iOS (connecteur Lightning, 70-80 € TTC) ou Android (connecteur micro-USB, 60-70 € TTC), sa batterie de 6000mAh a une capacité de deux charges complètes. et peut même recharger un second appareil, y compris une tablette, via son port USB supplémentaire.

Grâce à  
Gigaset elements,  
vos super-héros  
peuvent prendre  
des vacances !



Gardez un œil sur votre domicile où que vous soyez avec la caméra Gigaset elements.

Avec Gigaset elements, gardez le contact avec votre domicile où que vous soyez. Grâce à l'application gratuite, restez informé à tout moment et vérifiez ce qu'il se passe chez vous dès que vous le souhaitez. La nouvelle caméra Gigaset elements vous permettra en plus de visualiser en temps réel ce qu'il se passe chez vous grâce à son flux vidéo HD. Avec Gigaset elements, All is Good.

Plus d'informations sur [www.gigaset.com/fr](http://www.gigaset.com/fr)

# Gigaset

Wherever you go.\*

\*Où que vous alliez



## La technologie Dyson Cinetic™ ne perd pas d'aspiration

54 cyclones avec des extrémités oscillantes à haute fréquence qui empêchent l'obstruction des ouvertures des cyclones. Ils sont si efficaces pour séparer la poussière de l'air qu'il n'est pas nécessaire d'entretenir le filtre – Donc pas de perte d'aspiration.



**Sans filtre à nettoyer**  
**Sans sac à changer**  
**Sans perte d'aspiration**

(Le seul aspirateur qui a ces trois avantages.)

**dyson cinetic**

**Jusqu'à 100€ remboursés**

du 03 Novembre 2014 au 06 Janvier 2015.

voir conditions sur [www.dyson.fr](http://www.dyson.fr)